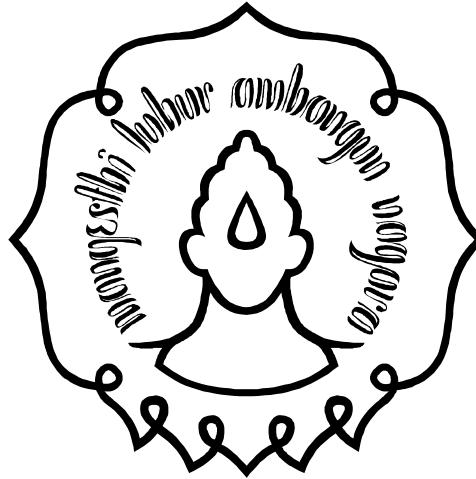


# **ANALISIS KEBIJAKAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. KHARISMA ROTAN MANDIRI**



**Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-  
Syarat Guna Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran**

**Universitas Sebelas Maret  
Surakarta**

**Disusun Oleh  
ENDAH DWI FEBRIYANTI  
F3206042**

**FAKULTAS EKONOMI  
D III MANAJEMEN PEMASARAN  
UNIVERSITAS SEBELAS MARET  
SURAKARTA  
2009**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Tugas Akhir dengan Judul :

**“ANALISIS KEBIJAKAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. KHARISMA  
ROTAN MANDIRI”**

Surakarta, 6 Juli 2009

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing



**Drs. Susanto Tirtoprojo, MM**  
**NIP : 131472196**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul :

**“ANALISIS KEBIJAKAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. KHARISMA  
ROTAN MANDIRI”**

Telah disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi Diploma 3 Manajemen Pemasaran  
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta, 30 Juli 2009

Tim Penguji Tugas Akhir

Pram Suryanadi, SE, Msi


NIP. 320800001



Penguji

Drs. Susanto Tirtoprojo, MM

NIP. 131472196



Pembimbing

**MOTTO**

Pakaian ilmu itu awal, pakaian harta itu berbagi, pakaian pemimpin itu adil,  
pakaian wanita itu malu, dan pakaian pemuda itu taubat.

(Hadist Rasul)

Hidup adalah perjuangan, jalanilah dengan sungguh-sungguh dan yakinlah  
bahwa kita mampu melakukannya.

(Penulis)

Sesungguhnya sesudah kesusahan itu ada kemudahan, maka apabila kamu  
telah selesai (dari satu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan  
yang lain dan hanya kepada Allahlah hendaknya kami berharap.

(Alam Nasyrah: 6-8)

Seseorang yang berpegang erat pada Allah, ia memiliki kekuatan yang  
mengalir didalam dirinya agar dapat berdiri tegak diatas kakinya.

(H. R. Bukhari Muslim)

## PERSEMBAHAN

Dengan ketulusan hati, penuh rasa syukur , kuucapkan terima kasih, dan  
kupersembahkan tugas akhir ini kepada:

- ✚ Ayah dan Ibuku tercinta.
- ✚ Kakak dan Adek-adekku tersayang
- ✚ Keponakan kecilku *AKMAL* yang slalu memberi keceriaan di keluarga.
- ✚ Kakek & Nenekku terima kasih segalanya.
- ✚ Sahabat –sahabat sejatiku terima kasih segala dukungan dan motivasinya.
- ✚ Temen-temenku MP angkatan 2006.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dari Karunia-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir dengan Judul **ANALISIS KEBIJAKAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. KHARISMA ROTAN MANDIRI** ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Diploma 3 Program Studi Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Dalam kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penyusunan tugas akhir:

1. Prof. Dr. Bambang Sutopo, M.Com. Ak selaku Dekan Ekonomi Universitas Sebelas Maret.
2. Drs. Harmadi, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran pada Program Diploma 3 FE UNS.
3. Drs. Susanto Tirtoprojo selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan pengarahan selama penyusunan tugas akhir.
4. Supriyadi selaku pimpinan PT. Kharisma Rotan Mandiri yang telah berkenan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan magang kerja dan penelitian
5. Ari Satya selaku Bagian Marketing PT. Kharisma Rotan Mandiri yang telah membimbing dan membantu penulis selama Kegiatan Magang Kerja untuk mendapatkan data-data yang diperlukan penulis.
6. Bapak dan Ibu tersayang, tercinta yang telah membimbing, mendidik, dan memberikan kasih sayangnya kepadaku. InsyaAllah akan selalu menjadi anak-anak kebanggaan kalian.

7. Sahabat dan Teman-teman seperjuangan yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
8. Semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Namun demikian, karya sederhana ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta

, Juli 2009

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
E. Metode Penelitian .....	4
BAB II. LANDASAN TEORI	



A. Pengertian Pemasaran	8
B. Konsep Pemasaran .....	9
C. Pengertian Marketing Mix (Bauran Pemasaran) .....	10
D. Pengertian	Saluran
Distribusi.....	11
E. Alternatif	Distribusi
.....	12
F. Faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi	14
G. Efisiensi .....	18
H. Metode Kuadrat Terkecil(Least Squares Method) .....	19
I. Kerangka Pemikiran .....	21
BABIII. PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum PT. Kharisma Rotan Mandiri .....	22
B. Laporan Magang.....	45
C. Pembahasan Masalah .....	47
BAB IV. PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran .....	58
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
III. 1 Data Jumlah Tenaga Kerja	
PT. Kharisma Rotan Mandiri Tahun 2008 .....	38
III. 2 Data Jumlah Tenaga Kerja Bagian Produksi Per Stasiun	
PT. Kharisma Rotan Mandiri .....	39
III. 3 Volume Penjualan PT. Kharisma Rotan Mandiri.....	50
III. 4 Biaya Distribusi PT. Kharisma Rotan Mandiri.....	50
III.5 Perbandingan Biaya Distribusi dengan Volume Penjualan	
PT. Kharisma Rotan Mandiri.....	52
III.6 Efisiensi Biaya Distribusi Tahun 2005-2008.....	52
III.7 Trend Biaya Distribusi Tahun 2005-2008.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II. 1 Kerangka Pemikiran .....	21
III. 1 Struktur Organisasi PT. Kharisma Rotan Mandiri .....	28
III. 2 Proses Produksi PT. Kharisma Rotan Mandiri .....	44
III. 3 Garis Trend Dengan Metode Terkecil .....	55

## **Analisis Kebijakan Saluran Distribusi Pada PT. Kharisma Rotan Mandiri.**

### **ABSTRAK**

**Endah Dwi Febriyanti**  
**F3206042**

kegiatan pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan, dimana dalam kegiatan pemasaran salah satunya mencakup kegiatan distribusi. Ada dua cara saluran distribusi yaitu distribusi langsung dan tidak langsung. Saluran distribusi langsung berarti menyalurkan langsung kepada konsumen akhir. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung dalam penyaluran produk menggunakan perantara berupa pedagang besar maupun eceran.

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri dalam memasarkan produknya dan untuk mengetahui efisiensi biaya saluran distribusi guna meningkatkan volume penjualan. Penelitian dan pengamatan yang dilakukan penulis yaitu menggunakan studi kasus. Penelitian ini dilakukan di PT. Kharisma Rotan Mandiri. Metode yang dilakukan yaitu metode pengumpulan data dengan observasi, dan wawancara untuk memperoleh primer dan sekunder. Teknik pembahasan yang digunakan yaitu analisa diskriptif dan persentase perbandingan biaya distribusi dengan volume penjualan untuk mengetahui efisiensi kegiatan distribusi pada PT. Kharisma Rotan Mandiri.

PT. Kharisma Rotan Mandiri menggunakan saluran distribusi langsung untuk menganalisis saluran distribusi yang efektif dan efisien untuk menunjang keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan, seperti tingkat penjualan yang tinggi. Dari hasil perhitungan efisiensi dapat diketahui lebih jelas mulai tahun 2005 sampai 2008 yang lebih efisien, dengan membandingkan biaya distribusi dengan volume penjualan. Persentase perbandingan tertinggi sebesar 13,3 % pada tahun 2007 sedangkan persentase perbandingan terendah sebesar 10,4 % pada tahun 2008. Di dalam perhitungan trend efisiensi biaya distribusi diperoleh persamaan sebagai berikut  $Y=694.025.330,3-50.503.288,2X$ . Trend tertinggi pada tahun 2005 sebesar 759.031.906,7 dan trend terendah pada tahun 2008 sebesar 593.081.753,9.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa PT. Kharisma Rotan Mandiri menggunakan saluran distribusi langsung yaitu perusahaan menggunakan jasa transportasi (container) dengan system EMKL. Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri relatif efisien, karena memiliki kecenderungan semakin menurun. Dengan demikian, maka penulis mencoba memberikan saran hendaknya PT. Kharisma Rotan Mandiri mempertahankan kerjasama dengan lembaga-lembaga yang berhubungan dengan saluran distribusi.

## **An Analysis on Distribution Channel in PT. Kharisma Rotan Mandiri**

### **ABSTRACT**

**Endah Dwi Febriyanti**  
**F3206042**

Marketing activity is the important thing for company, in which it includes the distribution activity. There are two distribution channels: direct and indirect distribution. Direct distribution channel means to distribute directly to the end user. Meanwhile indirect distribution channel means to distribute product using intermediary constituting the groceries or retail trader.

The objectives of research are to find out the distribution channel used by PT. Kharisma Rotan Mandiri in marketing its product and to find out the efficiency of distribution channel cost in improving the sale volume. The research and observation the writer had conducted used a case study. This research was taken place in PT. Kharisma Rotan Mandiri. The methods of collecting data employed were observation and interview to obtain the primary and secondary data. The discussion technique used was a descriptive analysis and percentage comparison of distribution cost and the sale volume to find out the efficiency of distribution activity in PT. Kharisma Rotan Mandiri.

PT. Kharisma Rotan Mandiri uses direct distribution channel to analyze an effective and efficient distribution channel to support the company's success of achieving its objective, such as the high sale level. From the result of efficiency calculation by comparing the distribution cost and the sale volume, it can be found that it is more efficient during 2005-2008 periods. The highest percentage comparison is 13.3% in 2007 while the lowest one is 10.4% in 2008. In calculating the trend of distribution cost efficiency the following equation is obtained:  $Y = 694,025,330.3 - 50,503,288.2X$ . The highest trend in 2005 is 759,031,906.7 and the lowest one is 593,081,753.9 in 2008.

Based on the result of research, it can be concluded that PT. Kharisma Rotan Mandiri uses direct distribution channel in which the company uses transportation service (container) with EMKL system. The distribution activity PT. Kharisma Rotan Mandiri uses is relatively efficient, because it has the predisposition to decrease. Thus, the writer tries to recommend PT. Kharisma Rotan Mandiri to maintain the cooperation with the institutions related to the distribution channel.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG MASALAH**

Salah satu peluang usaha yang ada dalam kehidupan ekonomi adalah perusahaan. Suatu perusahaan didirikan oleh satu atau sekelompok orang bukanlah tanpa tujuan. Tujuan utama dari didirikannya perusahaan adalah untuk mendapatkan laba, mempertahankan dan diteruskan dengan mengembangkan usaha. Tujuan lain dari kelangsungan kehidupan perusahaan ke arah mana perusahaan itu berjalan / dibawa. Cara itu biasa disebut strategi untuk mencapai tujuan. Oleh karena itu kegiatan pemasaran merupakan hal yang penting bagi perusahaan, dimana dalam kegiatan pemasaran salah satunya mencakup kegiatan distribusi. Semua perusahaan perlu melaksanakan proses dilakukan oleh suatu perusahaan untuk menyampaikan produk-produk yang diperlukan oleh konsumen.

Ada dua cara dalam menyalurkan produk yang sudah siap dipasarkan yaitu dengan cara distribusi langsung dan tidak langsung. Saluran distribusi langsung berarti produk disatukan langsung kepada konsumen akhir, dengan ini produsen dapat berhubungan langsung dengan konsumen. Sedangkan saluran distribusi tidak langsung dalam penyaluran produk menggunakan perantara berupa pedagang besar maupun eceran.

Faktor- Faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi antara lain (Swasta): pertimbangan pasar, pertimbangan barang, pertimbangan perusahaan, dan pertimbangan perantara. Apabila perusahaan ingin mengetahui apakah sudah menggunakan saluran yang tepat dapat diukur dari efisiensi saluran yang digunakan untuk mencapai volume penjualan yang meningkat. Maka sudah dapat dipastikan strategi yang dilaksanakan tepat dan efisien.

PT. Kharisma Rotan Mandiri didirikan tahun 1998, merupakan perusahaan penghasil mebel rotan dengan kualitas ekspor. Berlokasi di Gesingan RT 02/09, Luwang, Gatak, Sukoharjo. Keberhasilan dalam memasarkan produknya tidak terlepas dari kegiatan distribusi yang digunakan. Untuk memenuhi akan permintaan konsumen PT. Kharisma Rotan Mandiri menggunakan distribusi langsung. Penggunaan saluran distribusi tentu akan mempengaruhi volume penjualan yang dihasilkan serta biaya distribusi yang dikeluarkan. Maka dari itu diperlukan suatu metode penyaluran yang efektif serta efisien.

Berdasarkan uraian diatas penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai kegiatan distribusi dan pengelolaan biaya yang dikeluarkan PT. Kharisma Rotan Mandiri. Hal ini yang melatar belakangi penulis ingin mengangkat menjadi pokok permasalahan dalam penulisan Tugas Akhir yang berjudul 'ANALISIS KEBIJAKAN SALURAN DISTRIBUSI PADA PT. KHARISMA ROTAN MANDIRI'.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Dengan saluran distribusi ini sudah efektif atau belum yang digunakan oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri dalam memasarkan produknya?
2. Seberapa besar efisiensi yang dicapai untuk meningkatkan volume penjualan PT. Kharisma Rotan Mandiri?

## **C. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri dalam memasarkan produknya.
2. Untuk mengetahui efisiensi biaya saluran distribusi guna meningkatkan volume penjualan.

## **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai masukan bagi PT. Kharisma Rotan Mandiri divisi ekspor dan pemasaran untuk meningkatkan kualitas strategi pemasaran ekspor produk rotan.



## 2. Bagi Penulis

- Dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan dalam bidang pemasaran sebagai gambaran pembuatan Tugas Akhir.
- Meningkatkan kemampuan kritis dan analitis terhadap permasalahan yang terjadi dibidang pemasaran.
- Untuk menerapkan teori–teori yang dipelajari dalam proses perkuliahan terutama dalam hal strategi pemasaran.

## 3. Bagi Pembaca

- Sebagai bahan perbandingan untuk pengetahuan dan wawasan.
- Sebagai referensi bacaan guna meningkatkan ilmu pengetahuan.

## **E. METODE PENELITIAN**

### a. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus, yaitu penulis mengadakan penelitian dan pengamatan terhadap saluran distribusi yang ada pada perusahaan.

### b. Objek Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penelitian dilakukan di PT. Kharisma Rotan Mandiri yang terletak di Gesingan RT 02/09, Luwak, Gatak, Sukoharjo.

c. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data yang diperoleh dari wawancara langsung dengan karyawan, staff , dan pimpinan PT. Kharisma Rotan Mandiri.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari intern perusahaan antara lain : dokumen-dokumen pendukung, struktur organisasi dan dari literatur buku – buku yang berkaitan dengan topik penelitian.

d. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dikumpulkan dengan cara:

1. Observasi

Melaksanakan pengamatan langsung objek yang diteliti, dengan cara datang langsung ke lokasi penelitian.

2. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab langsung kepada karyawan pada PT. Kharisma Rotan Mandiri.

3. Studi Pustaka

Mengumpulkan data dengan membaca literatur buku– buku yang berhubungan dengan masalah yang dibahas sebagai bahan referensi.

#### 4. Dokumentasi

Pengumpulan data dengan melihat data–data yang terdapat pada arsip dan laporan–laporan penjualan dalam perusahaan.

#### e. Teknik Pembahasan

Penelitian ini menggunakan teknik analisa diskritif yaitu dengan mendiskriptifkan atau menjelaskan keadaan sesungguhnya tentang strategi saluran distribusi yang digunakan oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri dan menggunakan data-data perusahaan yang berbentuk angka-angka untuk mengetahui tingkat efisiensi dari kegiatan distribusi yang dilakukan.

Untuk mengetahui berapa tingkat efisiensi dari kegiatan distribusi dapat diketahui dengan rumus efisiensi:

$$Efisiensi = \frac{Output}{Input}$$

Keterangan:

Output = Biaya Distribusi

Input = Volume Penjualan

(Mahmudi, 2005)

Sehingga di dapat rumus untuk menghitung efisiensi sebagai berikut:

$$Efisiensi = \frac{BiayaDistribusi}{VolumePenjualan}$$

Pemecahan masalah akan dilaksanakan dalam perhitungan selama 4 tahun yaitu pada tahun 2005-2008 dengan bantuan data biaya distribusi dan volume penjualan. Dalam perhitungan ini akan diketahui berapa besar efisiensi tiap tahun.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Pengertian Pemasaran**

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba.

Menurut Kotler (1994 : 2), “Pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran”.

“Pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.” (William J Stanton dalam Basu swasta dan Irawan, 1983 : 5)

“Pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi dan distribusi sejumlah ide, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.” (Lamb, Hair, McDaniel, 2001:6)

## **B. Konsep Pemasaran**

“Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang akan menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi hidup perusahaan.” (Swasta dan Irawan, 1983 : 10)

Ada lima konsep dasar pelaksanaan kegiatan pemasaran suatu perusahaan menurut Kotler (1994 : 41) yaitu sebagai berikut:

### **a. Konsep Produksi**

Bahwa konsumen akan menyukai produk yang tersedia dimana-mana dengan harga yang murah sehingga para manajer akan memusatkan pada produksi yang berupaya untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi dan dapat menciptakan distribusi yang luas.

### **b. Konsep Produk**

Bahwa konsumen akan menerima produk yang memberikan segala yang terbaik dalam hal kualitas, penampilan dan ciri-ciri produk. Oleh karena itu perusahaan harus memusatkan usahanya untuk meneruskan menyempurkan produknya.

### **c. Konsep Penjualan**

Bahwa konsumen tidak akan membeli produk perusahaan dalam jumlah cukup bila perusahaan jumlah cukup bila perusahaan tidak melaksanakan usaha penjualan dan promosi yang penting.

d. Konsep Pemasaran

Bahwa kunci untuk meraih tujuan perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberi kepuasan secara lengkap efisien daripada yang diberikan oleh para pesaing.

e. Konsep marketing kemasyarakatan

Bahwa tugas perusahaan adalah menentukan kebutuhan dan kepentingan pasar sasaran, memberikan kepuasan secara lebih efektif dan efisien dibanding para pesaing dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

**C. Pengertian Marketing Mix (Bauran Pemasaran)**

“Bauran Pemasaran adalah serangkaian variabel pemasaran terkendali dan dipakai oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang dikehendaki perusahaan dari pasar sasaran.” (kotler, 2001 : 41)

Bauran pemasaran terdiri segala hal yang bisa dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan atas produknya. Bauran pemasaran terdiri dari :

- Produk adalah kombinasi “barang dan jasa “yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
- Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk.

- Tempat adalah berbagai kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh konsumen sasaran.
- Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya.

#### **D. Pengertian Saluran distribusi**

Saluran distribusi untuk suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai distribusi (Swastha, 1996 : 190).

“Distribusi adalah berbagai kegiatan yang membuat produk terjangkau oleh konsumen.”( Kotler, 1994: 41)

“Saluran merupakan suatu struktur unit organisasi dalam perusahaan dan luar perusahaan yang terdiri atas agen, dealer, pedagang besar dan pengecer, melalui mana sebuah komoditi, produk, atau jasa dipasarkan.” (The American Marketing Association dalam Swastha dan Irawan, 1990 : 285)

“Saluran merupakan suatu jalur yang dilalui oleh arus barang- barang dari produsen ke perantara dan akhirnya sampai pada pemakai.”  
(David A. Revzan dalam Swastha dan Irawan, 1990 : 295)



Pada umumnya perusahaan menggunakan 2 macam saluran distribusi, yaitu saluran distribusi langsung dan saluran distribusi tidak langsung.

1) Saluran distribusi langsung

Saluran distribusi langsung yaitu produk di salurkan langsung kepada konsumen akhir tanpa melalui perantara. Dalam saluran distribusi ini pengusaha berusaha untuk menyalurkan barang – barang yang dibeli oleh konsumen secara langsung ke konsumen akhir.

2) Saluran distribusi tidak langsung

Saluran distribusi tidak langsung yaitu perusahaan dalam menyalurkan produknya kepada konsumen menggunakan pihak luar atau perantara. Seperti agen, pedagang besar dan pengecer.

## **E. Alternatif Distribusi**

Beberapa alternatif distribusi berdasarkan pada jenis barang dan segmen pasarnya, yaitu: barang konsumsi (ditujukan untuk segmen pasar konsumen), dan barang industri (ditujukan untuk segmen pasar industri). (Swasta dan Irawan, 1990 : 295)

- Saluran distribusi barang konsumen

1. Produsen – konsumen

Bentuk saluran distribusi yang paling pendek dan sederhana tanpa menggunakan perantara, produsen dapat menjual barang

yang dihasilkannya langsung mendatangi rumah konsumen. Saluran ini disebut saluran distribusi langsung.

2. Produsen – Pengecer – Konsumen

Dalam saluran ini pedagang besar langsung melakukan pembelian pada produsen. Ada pula beberapa produsen yang mendirikan toko pengecer sehingga dapat secara langsung melayani konsumen

3. Produsen – Pedagang besar – Pengecer – Konsumen

Saluran distribusi ini banyak digunakan oleh produsen, dan dinamakan sebagai saluran distribusi tradisional. Hal ini produsen hanya melayani penjualan dalam jumlah besar kepada pedagang besar saja, tidak menjual kepada pengecer.

4. Produsen – Agen – Pengecer – Konsumen

Produsen memilih agen (agen penjualan atau agen pabrik) sebagai penyalurnya. Sasaran penjualannya terutama ditujukan kepada para pengecer besar.

5. Produsen – Agen – Pedagang besar – Pengecer – Konsumen

Dalam saluran distribusi, produsen sering menggunakan agen sebagai perantara untuk menyalurkan barangnya kepada pedagang besar yang kemudian menjualnya kepada toko-toko kecil.

- Saluran distribusi barang industri

1. Produsen – Pemakai Industri

Saluran distribusi dari produsen ke pemakai industri ini merupakan saluran yang paling pendek, dan disebut saluran distribusi langsung. Biasanya dipakai oleh produsen bilamana transaksi penjualan kepada pemakai industri relatif besar.

2. Produsen – Distributor Industri – Pemakai Industri

Produsen barang- barang jenis perlengkapan operasi dan *accessory equipment* kecil dapat menggunakan distributor industri untuk mencapai pasarnya.

3. Produsen – Agen – Pemakai Industri

Saluran ini biasanya oleh produsen yang tidak memiliki departemen pemasaran. Perusahaan ini biasanya ingin memperkenalkan barang baru.

4. Produsen – Agen – Distributor Industri – Pemakai Industri

Saluran distribusi ini dapat digunakan oleh perusahaan dengan pertimbangan antara lain bahwa unit penjualannya kecil untukndijual secara langsung.

**F. Faktor- faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi:**

Produsen harus memperhatikan berbagai macam faktor yang sangat berpengaruh dalam pemilihan saluran distribusi. (Swasta dan Irawan, 1990 : 299)

Faktor – faktor tersebut antara lain :

a. Pertimbangan pasar

1) Konsumen atau pasar industri

Apabila pasarnya berupa pasar industri, maka pengecer jarang atau bahkan tidak pernah digunakan dalam saluran ini. Jika pasarnya berupa konsumen dan pasar industri, perusahaan akan menggunakan lebih dari satu saluran.

2) Jumlah pembeli potensial

Jika jumlah konsumen relative kecil dalam pasarnya, maka perusahaan dapat mengadakan penjualan secara langsung kepada pemakai.

3) Konsentrasi pasar secara geografis

Untuk daerah konsentrasi yang mempunyai tingkat kepadatan yang tinggi maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

4) Jumlah pesanan

Volume penjualan dari sebuah perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap saluran yang dipakainya. Jika volume yang dibeli oleh pemakai industri tidak begitu besar atau relatif kecil, maka perusahaan dapat menggunakan distributor industri.

5) Kebiasaan dalam pembelian

Kebiasaan membeli dari konsumen akhir dan pemakai industri sangat berpengaruh pula terhadap kebijaksanaan dalam penyaluran.

## b. Pertimbangan barang

### 1) Nilai unit

Jika nilai unit dari barang yang dijual relatif rendah maka produsen cenderung untuk menggunakan saluran distribusi yang panjang. Tetapi sebaliknya, jika nilai unitnya relatif tinggi maka saluran distribusinya pendek atau langsung.

### 2) Besar dan berat barang

Jika ongkos angkut terlalu besar dibandingkan dengan nilai barangnya sehingga terdapat beban yang berat bagi perusahaan, maka sebagian beban tersebut dapat dialihkan kepada perantara.

### 3) Mudah rusaknya barang

Jika barang yang dijual mudah rusak maka perusahaan tidak perlu menggunakan perantara. Jika ingin menggunakannya, maka harus dipilih perantara yang memiliki fasilitas penyimpanan cukup baik.

### 4) Sifat teknis

Produsen harus mempunyai penjual yang dapat menerangkan berbagai masalah teknis penggunaan dan pemeliharaan barang tersebut.

### 5) Barang standart dan pesanan

Jika barang yang dijual berupa barang standart maka dipelihara sejumlah persediaan pada penyalur.

Demikian pula sebaliknya, kalau barang yang dijual berdasarkan pesanan maka penyalur tidak perlu memelihara persediaan.

6) Luasnya produk line

Jika perusahaan hanya membuat satu macam barang saja , maka penggunaan pedagang besar sebagai penyalur adalah baik. Tetapi, jika macam barangnya banyak maka perusahaan dapat menjual langsung kepada para pengecer.

c. Pertimbangan perusahaan

1) Sumber Pembelanjaan

Perusahaan yang tidak kuat kondisi keuangannya akan cenderung menggunakan saluran distribusi lebih panjang.

2) Pengalaman dan kemampuan manajemen

Perusahaan yang menjual barang baru, atau ingin memasuki pasaran baru, lebih suka menggunakan perantara karena umumnya perantara sudah mempunyai pengalaman sehingga manajemen dapat mengambil pelajaran dari mereka.

3) Pengawasan saluran

Pengawasan akan lebih mudah dilakukan bilamana saluran distribusinya pendek.

4) Pelayanan yang diberikan oleh penjual

Jika produsen ingin memberikan pelayanan yang lebih baik seperti membangun etalase, mencari pembeli untuk perantara, maka akan banyak perantara yang bersedia menjadi penyalurnya.

d. Pertimbangan perantara

1) Pelayanan yang diberikan oleh perantara

Jika perantara mau memberikan pelayanan yang lebih baik, misalnya dengan menyediakan fasilitas penyimpanan, maka produsen akan bersedia menggunakannya sebagai penyalur.

2) Kegunaan perantara

Perantara akan digunakan sebagai penyalur apabila ia dapat membawa barang produsen dalam persaingan, dan selalu mempunyai inisiatif untuk memberikan usul tentang barang baru

3) Sikap perantara terhadap kebijaksanaan produsen

Jika perantara bersedia menerima resiko yang dibebankan oleh produsen misalnya resiko turunnya harga, maka produsen dapat memilihnya sebagai penyalur. Hal ini dapat memperingan tanggung jawab produsen dalam menghadapi berbagai macam resiko.

4) Volume penjualan

Dalam hal ini, produsen cenderung memilih perantara yang dapat menawarkan barangnya dalam volume yang besar untuk jangka waktu lama.

## **G. Efisiensi**

Efisiensi merupakan perbandingan antara output dengan input atau dengan istilah lain output per unit input. (Mahmudi , 2005 : 91) .

$$Efisiensi = \frac{Output}{Input}$$

Keterangan:

Output = Biaya Distribusi

Input = Volume Penjualan

Yang di maksud dengan efisiensi di atas adalah perhitungan rasio antara volume penjualan yang diperoleh dengan besarnya biaya distribusi yang dikeluarkan oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri. Semakin kecil biaya distribusi yang dikeluarkan serta semakin besar volume penjualan yang diperoleh, maka akan menunjukkan semakin tinggi tingkat efisiensi, Dan sebaliknya, jika semakin besar biaya distribusi yang dikeluarkan serta semakin kecil volume penjualan yang didapatkan, maka akan menunjukkan semakin rendah tingkat efisiensi.



## H. Metode Kuadrat Terkecil(Least Squares Method)

Untuk dapat mentaksirkan ini, digunakan persamaan garis lurus yang dinyatakan dengan: (Djarwanto : 1993)

$$Y = a + bX$$

Di mana

X = periode tertentu.

Y = nilai distribusi yang berfluktuasi selama selama beberapa waktu.

a= nilai Y apabila X = 0

b= besarnya perubahan variable Y pada setiap perubahan satu unit variable X

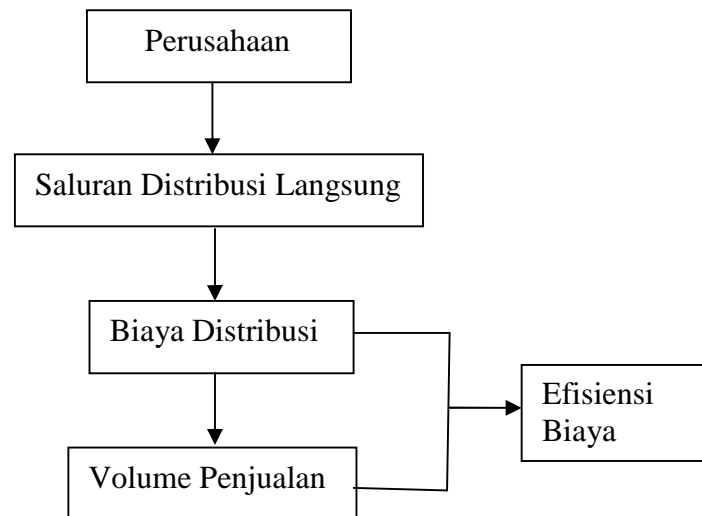
Untuk mendapatkan nilai a dan b adalah:

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

## I. Kerangka Pemikiran

Untuk mempermudah pemahaman pembaca pada pola pikir yang sama, maka penulis membuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar II.1 KERANGKA PEMIKIRAN**

Dalam kerangka pemikiran diatas, dapat diuraikan bahwa biaya distribusi dapat mempengaruhi volume penjualan sehingga diketahui kegiatan saluran distribusi yang dilakukan perusahaan efisien atau tidak efisien untuk meningkatkan volume penjualan.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran umum perusahaan**

##### **1. Sejarah dan perkembangan perusahaan**

PT. Kharisma Rotan Mandiri merupakan perusahaan penghasil mebel rotan yang bahan bakunya rotan dengan kualitas ekspor. Pada awal mulanya pekerjaan utama dari pemilik PT. Kharisma Rotan Mandiri adalah seorang karyawan perusahaan swasta asing yang bergerak dalam bidang ekspor impor barang. Kemudian bapak Supriyadi mendirikan usaha kecil-kecilan dirumahnya pada bidang rotan sebagai usaha sampingan untuk menambah penghasilan. Dengan dibantu oleh lima orang yang dikerjakan dirumah sehabis bekerja dikantor.

Sekitar tahun 1993 perusahaan korea tempat bapak Supriyadi bekerja mengalami kebangkrutan sampai akhirnya tidak dapat bertahan dan akhirnya gulung tikar. Dari kejadian tersebut, maka dengan berbekal pengalaman kerja dibidang kerajinan rotan yang telah dirintis selama itu, beliau berminat untuk mengembangkan *home industry* dengan mengajak kerja sama temannya yang berasal dari Singapura. Sampai akhirnya pada bulan April 1997 berhasil mendirikan perusahaan rotan mandiri yang diberi nama CV. Javaindo yang sebetulnya sedang berkembang saat itu. Meski usahanya belum genap satu tahun tersebut terpaksa harus tutup,

karena terjadi sesuatu hal dengan pihak asing. Dengan peristiwa itu, maka tumbuhlah niat bapak Supriyadi untuk menjadi pengusaha mandiri sekitar bulan April tahun 1998, karena ketekunan dan keuletan bapak Supriyadi berhasil mendirikan perusahaan sendiri dengan nama Kharisma Rotan Mandiri. Perusahaan tersebut memproduksi alat-alat dan perlengkapan rumah tangga yang terbuat dari rotan yang berdasarkan atas pesanan dari konsumen.

Pada bulan-bulan berikutnya, berkat usaha keras bapak Supriyadi dalam waktu yang relatif singkat telah banyak pesanan yang datang dari luar negeri, seperti jepang, kanada, inggris, belanda, perancis, dan beberapa Negara eropa lainnya. Untuk memenuhi target produksi barang pesanan, Maka beliau menambah tenaga kerja dan mulai menggunakan mesin-mesin modern dalam mengelola bahan baku sampai tahap proses produksi yang paling akhir (*finishing*). Perusahaan juga memperluas bangunan pabrik untuk kegiatan produksi, itu semua diupayakan dengan tujuan meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil produksi. Sekitar Juli 1998 beliau telah berhasil memiliki beberapa agen pemasaran di luar negeri. Sehingga memudahkan dalam proses pemasaran.

## **2. Tujuan Perusahaan**

Tujuan perusahaan utama PT. Kharisma Rotan Mandiri adalah memproduksi barang yang berkualitas, sehingga dapat memuaskan pelanggan atau konsumen. Karena pelanggan merupakan faktor yang penting dalam suatu perusahaan, disamping itu untuk memperoleh laba dan meningkatkan nilai perusahaan.

Selain itu PT.Kharisma Rotan Mandiri juga menetapkan beberapa tujuan khusus sebagai misi sosial perusahaan terhadap keberadaan sentra industri rotan trangsas, yaitu:

- a. PT. Kharisma Rotan Mandiri berusaha meningkatkan kualitas produk rotan sentra industri Trangsas dan wilayah sekitarnya, dengan pengadaan perubahan pola produksi untuk orientasi pasar yang lebih luas.
- b. Mempromosikan produk rotan sebagai hasil dari budaya daerah untuk diperkenalkan di tingkat Internasional.
- c. Menjalani kerja sama (kemitraan) dengan pengrajin rotan skala kecil di daerah sekitar.
- d. Membuka peluang kerja untuk masyarakat sekitarnya.

## **3. Lokasi Perusahaan**

PT. Kharisma Rotan Mandiri berlokasi di Gesingan Rt.02 Rw.09, Luwang, Gatak, Sukoharjo yang merupakan kawasan sentra industri yang tumbuh sejak tahun 1960-an. PT. KHarisma Rotan

Mandiri terletak dipinggir jalan raya yang terhubung dengan jalur utama kota Solo.

Pemilihan lokasi itu sangat mempertimbangkan faktor strategis, karena dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Beberapa alasan pemilihan lokasi perusahaan :

a. Daerah

PT. Kharisma Rotan Mandiri berada di wilayah sentra industri rotan sehingga sangat mendukung perkembangan perusahaan. sentra (*cluster*) merupakan suatu konsentrasi dan perkumpulan dari perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang sejenis di lokasi yang berdekatan. Dalam sentra dapat diperoleh manfaat informasi mengenai ketersediaan bahan baku, perubahan teknologi, dan permintaan lebih mudah di akses. Di samping itu, letak sentra yang industri rotan yang strategis dipinggiran kota sehingga mudah di jangkau.

b. Bahan Baku

PT. Kharisma Rotan Mandiri menggunakan bahan baku yang berasal dari rotan. Sumber utama rotan Indonesia yaitu Sulawesi, Kalimantan yang dapat dipesan melalui distributor rotan yang berada di wilayah sentra atau didapatkan langsung dari sumber bahan baku rotan di Jawa. Bagi PT. Kharisma Rotan Mandiri kesediaan bahan baku cukup terpenuhi.

c. Tenaga Kerja

Tenaga kerja PT. Kharisma Rotan Mandiri berasal dari daerah sekitar perusahaan dan daerah lain seperti Sragen, Purwodadi, Wonogiri, Wonosari, dan Gunung Kidul. Permintaan jumlah tenaga kerja PT. Kharisma Rotan Mandiri lebih mudah terpenuhi, karena sifat tenaga kerja yang dibutuhkan untuk industri rotan lebih mengutamakan tenaga kerja terampil dan terlatih.

d. Transportasi

Jalan wilayah Trangsan dan sekitarnya sudah dibangun dengan baik seiring perkembangan industri ini, sehingga memudahkan PT. Kharisma Rotan Mandiri dalam kegiatan pengangkutan bahan baku atau bahan yang sudah jadi dengan menggunakan mobil peti kemas (alat angkut utama) maupun container dalam wilayah sentra. Hal ini menguntungkan bagi pihak PT. Kharisma Rotan Mandiri.

e. Lingkungan Masyarakat

Keberadaan PT. Kharisma Rotan Mandiri dan perusahaan lainnya yang sejenis membawa manfaat masyarakat sekitarnya dan mampu menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi angka pengangguran. Karena berada dalam wilayah sentra dimana sebagian besar penduduknya pengrajin rotan, maka PT. Kharisma Rotan Mandiri dapat menjalankan operasinya dengan aman tanpa perlu khawatir

adanya tekanan dari masyarakat karena “limbah industri” seperti suara mesin dan aktivitas perusahaan.

#### **4. Struktur Organisasi Perusahaan**

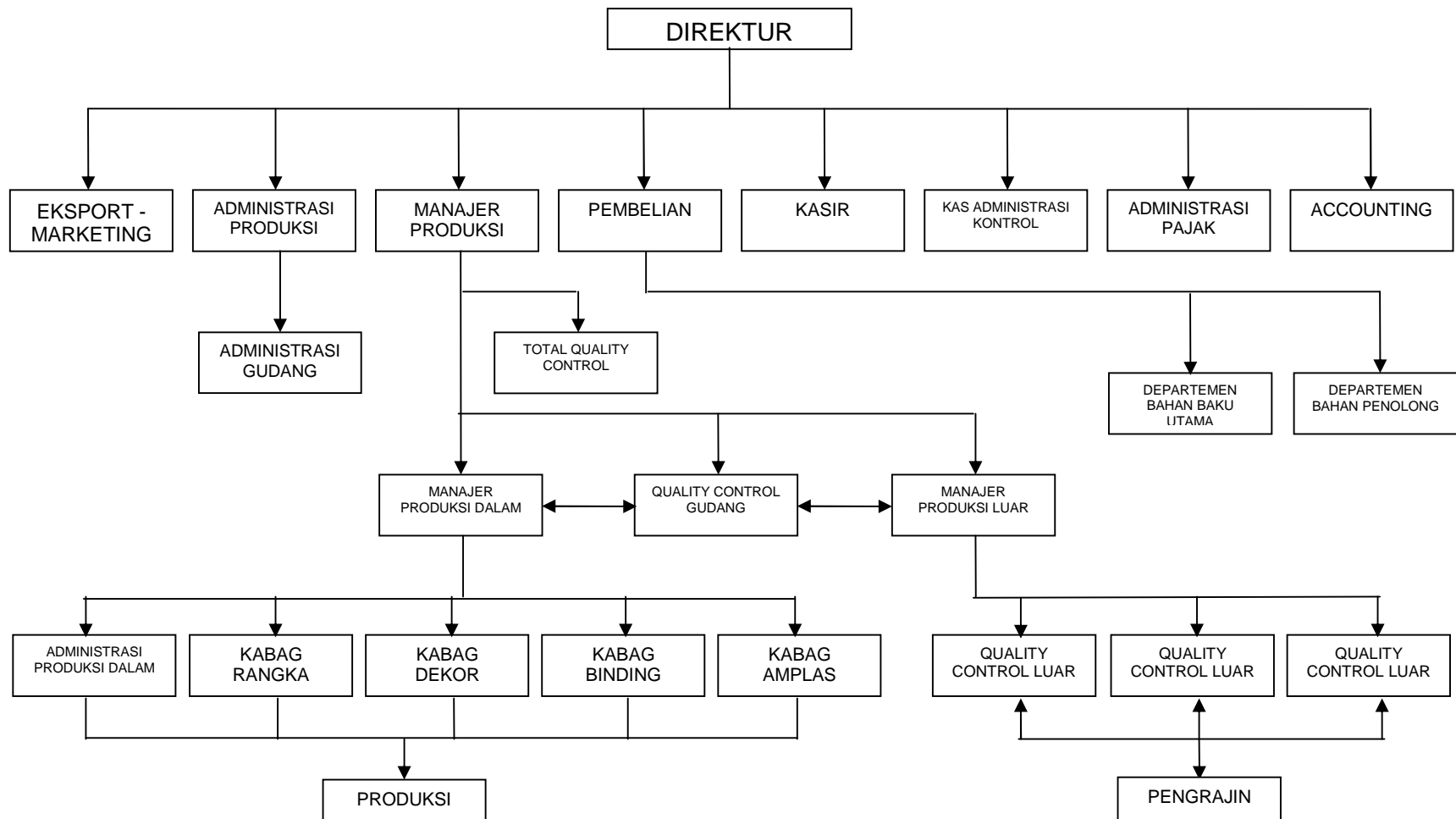
Struktur organisasi adalah gambaran skematis tentang pemberian tugas, wewenang, dan tanggung jawab antar bagian dalam suatu lembaga. Dengan struktur ini diharapkan adanya kesatuan komando (*unity of command*) guna menjamin tidak terjadinya konflik antar karyawan tentang tanggung jawabnya.

Struktur organisasi PT. Kharisma Rotan Mandiri dibuat dengan tujuan memudahkan koordinasi antar bagian, sehingga menjalankan kegiatannya sudah menerapkan sistem pembagian kerja yang standar manajemen perusahaan.

PT. Kharisma Rotan Mandiri dipimpin dan dikelola langsung oleh pemilik perusahaan yang mempunyai wewenang sangat besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan, termasuk penetapan dan pengelolaan keuangan perusahaan.

Berikut gambar struktur organisasi PT. Kharisma Rotan Mandiri.





**Gambar III.1 STRUKTUR ORGANISASI PT. KHARISMA ROTAN MANDIRI**

Berikut merupakan penjelasan tentang tugas – tugas pembagian kerja pada PT. Kharisma Rotan Mandiri :

a. Pimpinan

- 1) Bertanggung jawab sepenuhnya terhadap kelangsungan usaha perusahaan.
- 2) Memimpin dan menjalankan perusahaan dengan sebaik-baiknya.
- 3) Memberikan kebijaksanaan terhadap keputusan–keputusan yang tertinggi di perusahaan serta memberi arahan kepada staf.
- 4) Mengkoordinasi seluruh aktivitas dan kegiatan yang dilakukan sesuai dengan tujuan perusahaan.
- 5) Memonitor dan mengendalikan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan keuangan.
- 6) Melakukan kerja sama dengan pihak lain, seperti : pemerintah, perbankan untuk menjalankan usaha sesuai dengan tujuan yang telah dibuat.

b. Bagian Export dan Marketing

- 1) Membuat dan melaporkan semua kegiatan yang terjadi di bagian Export dan Marketing kepada pimpinan.
- 2) Menawarkan dan memasarkan barang lewat internet.
- 3) Menerima dan menjawab surat atau email yang masuk (korespondensi).

- 4) Mengurus segala sesuatu yang berhubungan dengan pengiriman barang yang terdiri dari pemesanan container, pengurusan dan membuat dokumen export.
- 5) Menerima pemesanan barang dari pelanggan dan melakukan transaksi penjualan.
- 6) Mengadakan koorninasi dengan bagian administrasi produksi apabila ada order dari pelanggan.
- 7) Mengirimkan dokumen export.
- 8) Melaporkan semua kegiatan yang terjadi di bagian Export dan Maerketing kepada pimpinan.

c. Bagian Administrasi Produksi

- 1) Membuat SPK (Surat Perintah Kerja).
- 2) Memberikan SPK kepada pimpinan produksi.
- 3) Menerima dan mencatat pesanan barang yang kemudian dibuatkan sales kontrak.
- 4) Membuat rencana pengiriman barang dan mengecek apakah barang-barang telah siap untuk dikirim.
- 5) Membuat dan melaporkan semua kegiatan yang terjadi pada bagian administrasi produksi kepada pimpinan.

d. Bagian Pimpinan Produksi

- 1) Menerima laporan baik dalam atau luar perusahaan tentang proses produksi yang telah dilakukan.

- 2) Menerima SPK dan menerima perintah dari bagian pimpinan produksi dalam apabila barang pesanan akan dibuat di dalam perusahaan atau menyerahkan kepada pimpinan produksi luar bila pesanan akan dibuat di luar.
- 3) Membuat catatan detail berkaitan dengan kualitas barang, model, dan bentuk, ukuran, dan warna dari SPK (Surat Perintah Kerja) yang dikeluarkan oleh bagian administrasi produksi.
- 4) Mengontrol dan mengkoordinasi bagian-bagian yang berada dibawahnya, agar pekerja sesuai dengan SPK (Surat Perintah Kerja).
- 5) Mempersiapkan proses produksi dari SPK (Surat Perintah Kerja) sampai barang siap untuk dikirim.

e. Bagian Pembelian

- 1) Membuat anggaran pembahanan
- 2) Membuat catatan stok peersediaan bahan yang ada, dan melaporkan kepada pimpinan.
- 3) Membuat order bahan baku dan bahan penolong kepada pemasok sesuai dengan order pesanan barang yang di spesifikasikan barang dari pimpinan produksi.
- 4) Membuat surat keterangan yang menerangkan bahan baku yang diminta oleh pekerja, untuk meminta barang ke gudang.
- 5) Memeriksa keuangan apabila ada tagihan utang yang jangka waktunya sudah tiba untuk dilunasi oleh bagian kasir.

- 6) Menyerahkan pemasukan bahan yang diterima kepada bagian yang bertanggung jawab menjaga dan menyimpan barang sesuai dengan jenis bahan.
- 7) Membuat dan melaporkan semua kegiatan yang dilakukan kepada pimpinan.

f. Bagian Kasir

- 1) Meneliti besar kecilnya saldo uang yang berada di bank.
- 2) Mencatat keluar masuknya uang baik yang berada di perusahaan maupun yang berada di bank.
- 3) Membuat anggaran pengeluaran yang dilakukan setiap harinya.
- 4) Bertanggung jawab semua transaksi yang berkaitan dengan keuangan dengan bagian administrasi kas dan control yang dilakukan pada waktu transaksi terjadi.
- 5) Membuat dan melaporkan semua kegiatan yang dilakukan kepada pimpinan.

g. Bagian Kas – Administrasi Control

- 1) Mengecek keluar masuknya kas yang digunakan bagian kasir (keuangan) disesuaikan dengan bukti-bukti yang ada.
- 2) Mengecek kegiatan bagian administrasi pajak untuk membuat laporan yang disesuaikan dengan perhitungan perusahaan.
- 3) Membuat dan melaporkan semua hasil dari kegiatan yang dilakukan kepada pimpinan.

h. Bagian Administrasi Pajak

- 1) Menghitung pajak
- 2) Melaporkan dan membayar pajak ke kantor pajak.
- 3) Mengumpulkan data-data yang dipakai sebagai dasar perhitungan pajak dari bagian akuntansi dan pembukuan.
- 4) Membuat SPT (Surat Pemberitahuan) baik masa atau tahunan.
- 5) Melaporkan semua hasil dari kegiatan yang dilakukan kepada pimpinan.

i. Bagian Akuntansi dan Pembukuan

- 1) Melakukan pencatatan akuntansi dari seluruh aktivitas perusahaan, seperti bagian administrasi, bagian pembelian dan pembahanan, bagian kas, dan bagian administrasi pajak untuk dicatat ke dalam jurnal.
- 2) Membuat jurnal penerimaan, pengeluaran kas, dan buku pembantu piutang atau utang dari bukti transaksi yang didapat dari bagian kasir (keuangan).
- 3) Memposting ke buku besar dan membuat laporan keuangan.
- 4) Membuat laporan rugi laba (R/L) setiap akhir bulan.
- 5) membuat laporan tutup buku pada akhir tahun.
- 6) Melaporkan hasil dari kegiatan yang dilakukan kepada pimpinan untuk mengambil keputusan dan menentukan langkah selanjutnya.

j. Bagian Administrasi Gudang

- 1) Mengontrol keluar masuknya barang dari gudang.
- 2) Mengecek persediaan barang di gudang.
- 3) Melaporkan hasil dari pencatatan barang kepada pimpinan produksi.

k. Bagian Total Quality Control

- 1) Membantu pimpinan produksi mengontrol seluruh kegiatan produksi agar sesuai dengan yang dicatat di SPK (Surat Perintah Kerja).
- 2) Memeriksa akan kualitas produk yang akan di pasarkan oleh perusahaan.

l. Bagian Gudang Bahan Baku dan Bahan Penolong

- 1) Bertanggung jawab akan bahan baku yang ada di gudang.
- 2) Menerima keluar masuknya bahan baku dalam atau dari luar gudang.

m. Bagian Pimpinan Produksi Dalam

- 1) Mengontrol barang yang dibuat di dalam gudang perusahaan dengan ketentuan surat perintah kerja yang dikeluarkan oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri.
- 2) Mengkoordinasi Kabag-kabag yang ada dibawahnya di gudang PT. Kharisma Rotan Mandiri agar pekerja sesuai dengan ketentuan dalam SPK (Surat Perintah Kerja).

- 3) Membuat dan melaporkan semua kegiatan yang dilakukan kepada pimpinan produksi.

n. Bagian Pimpinan Produksi Luar

- 1) Mengawasi dan mengontrol barang yang dibuat oleh pengrajin luar Kharisma (Sub-kontrak) agar sesuai dengan SPK yang dikeluarkan secara tehnik.
- 2) Mengkoordinasi orang – orang Quality Control luar yang berada dibawahnya agar bekerja sesuai dengan SPK yang diterima.
- 3) Membuat dan melaporkan semua kegiatan yang dilakukan kepada pimpinan produksi.

o. Bagian Quality Control Gudang

- 1) Menerima barang dari pekerja dalam dan pengrajin (Sub kontrak).
- 2) Mengkoordinasi tim quality control gudang penerimaan untuk melakukan proses finishing, packing sampai barang siap untuk dikirim
- 3) Mengembalikan barang ke bagian sebelumnya apabila terdapat kerusakan yang tidak dapat dibenahi di bagian gudang.
- 4) Melakukan perbaikan yang bersifat ringan apabila ada barang yang membutuhkan sedikit perbaikan.
- 5) Memastikan seluruh barang yang siap dikirim sesuai dengan standart kualitas yang dibuat oleh Kharisma.



- 6) Membuat dan melaporkan semua kegiatan yang dilakukan kepada pimpinan produksi.

p. Bagian Administrasi Produksi Dalam

- 1) Melakukan semua pencatatan yang berkaitan dengan administrasi di produksi yang dilakukan didalam gudang Kharisma.
- 2) Melakukan pembayaran upah terhadap karyawan produksi atau buruh.
- 3) Membuat anggaran pembelanjaan produksi dalam dan diserahkan kepada kasir.
- 4) Melakukan pembukuan secara garis besar segala aktivitas di produksi dalam.
- 5) Membuat surat pengantar dan mencatat pengiriman barang ke gudang penerimaan.
- 6) Menyerahkan seluruh hasil catatan yang berkaitan dengan administrasi produksi kepada bagian yang bersangkutan.

q. Bagian Quality Control Luar

- 1) Mengontrol barang dan pengrajin (Sub Kontrak) agar sesuai dengan kualitas dan spesifikasi yang dikehendaki oleh pemesan dalam *sales contract*.
- 2) Membuat surat pengantar barang untuk bisa masuk gudang Kharisma.

3) Bertanggung jawab atas barang yang dibuat pengrajin sampai memenuhi standar kualitas Kharisma, sehingga pengrajin bisa menerima pembayaran dari PT. Kharisma Rotan Mandiri.

r. KABAG Rangka

Memimpin dan mengontrol pembuatan rangka, agar konstruksi, ukuran dan spesifikasi teknik yang lain sesuai dengan kualitas yang diinginkan.

s. KABAG Dekor

Memimpin dan mengontrol pendekor (bias danyam, diukir) terhadap rangka yang dibuat agar tampak lebih bagus dan menarik sesuai dengan barang yang diinginkan.

t. KABAG Binding

Memimpin dan mengontrol proses penutupan sambungan-sambungan agar terlihat rapi.

u. KABAG Amplas

Memimpin dan mengontrol proses pengamplasan dan pengecatan agar barang terlihat sempurna sesuai dengan pesanan yang diinginkan dengan kualitas yang bagus.

## **5. Personal Perusahaan**

a. Tenaga Kerja

Tenagakerja(sumber daya manusia) merupakan faktor pendukung perusahaan untuk mencapai tujuan. PT. Kharisma Rotan

Mandiri selalu mempertimbangkan beberapa faktor untuk memilih tenaga kerja yang akan dipekerjakan diperusahaannya seperti pendidikan, ketrampilan yang baik, pengalaman, jujur serta memiliki etika dan moral yang baik.

Tenaga kerja PT. Kharisma Rotan Mandiri berasal dari daerah sekitar perusahaan. Ada juga yang berasal dari daerah lain seperti Sragen, Purwodadi, Wonogiri dan Gunung Kidul.

Jumlah tenaga kerja yang ada di perusahaan pada saat ini, berjumlah 224 orang, yang meliputi :

Tabel III.1  
Data Jumlah Tenaga Kerja  
PT. Kharisma Rotan Mandiri  
Tahun 2008

No	Bagian / Departemen	Jumlah
1	Pimpinan	1
2	Adm. Keuangan dan Umum	8
3	Marketing dan Ekspor	6
4	Unit Distribusi	4
5	Staf Produksi	16
6	Karyawan Produksi	189
Jumlah		224

Sumber dari PT. Kharisma Rotan Mandiri.

Tabel III.2  
Data Jumlah Tenaga Kerja Bagian Produksi Per Stasiun  
PT. Kharisma Rotan Mandiri  
Tahun 2008

No	Bagian / Departemen	Jumlah Tenaga Kerja
1	Pemotongan	16
2	Penyerutan	10
3	Pemolesan	14
4	Pemanasan	10
5	Perakitan	26
6	Pengikatan	22
7	Pendekoran	16
8	Penganyaman	40
9	Pengamplasan	12
10	Finishing	23
Jumlah		189

Sumber dari PT.Kharisma Rotan Mandiri.

b. Pengaturan Jam Kerja

Kebijakan jam kerja karyawan yang diterapkan oleh PT.

Kharisma Rotan Mandiri adalah sebagai berikut :

- Hari senin – jumat : 08.00 – 16.00
- Hari sabtu : 08.00 – 15.00
- Istirahat : 12.00 – 13.00

c. Pengupahan

Sistem pengupahan yang dilakukan PT. Kharisma Rotan Mandiri terhadap karyawannya dibagi menjadi 3 macam, yaitu:

1) Bulanan

Upah Bulanan adalah upah atau gaji yang dibayarkan setiap bulan, biasanya pada akhir bulan. Pada PT. Kharisma Rotan

Mandiri yang menerima upah atau gaji bulanan adalah bagian staf.

2) Harian

Upah Harian adalah upah atau gaji yang dihitung per hari, namun upah harian tersebut dibayarkan setiap seminggu sekali yaitu pada hari sabtu untuk karyawan bagian produksi.

3) Borongan

Tenaga kerja borongan, pembayaran upah disesuaikan dengan hasil atau perolehan dari masing – masing tenaga kerja tersebut dengan harga masing – masing produk yang telah disepakati bersama antara pihak tenaga kerja borongan dan pihak pemborong atau perusahaan.

4) Lembur

Gaji lembur diberikan bersamaan dengan gaji tetap setiap bulannya bagi karyawan tetap (bulanan), sedangkan gaji lembur per hari diberikan setiap minggu atau dua minggu sekali dengan tambahan uang makan bagi karyawan harian.

d. Kesejahteraan Pekerja

Dalam usaha mempertahankan tenaga kerja, sudah menjadi kewajiban suatu perusahaan memberi jaminan bagi tenaga kerjanya. Demikian juga halnya dengan PT. Kharisma Rotan Mandiri, jaminan bagi tenaga kerja merupakan hal yang sangat penting karena tanpa

tenaga kerja proses produksi maupun usaha pencapaian tujuan akan terlambat.

Bentuk kesejahteraan yang disediakan PT. Kharisma Rotan Mandiri bagi karyawan adalah :

- Sarana kesehatan dan keselamatan kerja seperti masker atau pelindung mulut, tabung pemadam kebakaran dan obat – obatan.
- Pemberian tunjangan hari raya
- Pemberian cuti hamil 1,5 bulan sebelum melahirkan dan 1,5 bulan setelah melahirkan.
- Uang bonus bagi karyawan yang berprestasi.

#### 6. Proses Produksi

Proses adalah kegiatan yang melibatkan manusia, mesin, metode untuk membentuk bahan baku menjadi produk jadi atau barang setengah jadi, Produksi sendiri artinya kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa yang mempunyai nilai tambah. Sehingga proses produksi terdefinisi dapat dinyatakan sebagai rangkaian aktivitas atau kegiatan yang diperlukan untuk mengolah sekumpulan masukan (*input*) untuk menjadi sejumlah keluaran (*output*) yang memiliki nilai tambah.

Proses produksi PT. Kharisma Rotan Mandiri dapat dilihat pada gambar III.2. Adapun alur yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Bagian Pertama

Proses produksinya adalah pemasakan bahan baku rotan yang masih basah dikeringkan dan diolah menjadi bahan untuk dianyam, bahan untuk mengikat, dan bahan untuk membuat desain.

b. Bagian Kedua

Bagian kedua ini melakukan proses produksi tiga macam seperti pemotongan, steaming, dan perangkaian kerangka. Dari ketiga aktivitas tadi prosesnya adalah :

- 1) Pemotongan : bahan baku dipotong sesuai ketentuan ukuran yang telah ditetapkan.
- 2) Sreaming (Pembengkokan) : Pembengkokan kerangka dengan cara dipanaskan dengan api atau menggunakan cara penguapan.
- 3) Perangkaian kerangka : Penggabungan potongan atau bahan-bahan komponen yang sudah dipotong dan dibengkokan sesuai bentuk yang diinginkan oleh pelanggan.

c. Bagian Ketiga

Bagian ini terdiri dari tiga proses produksi, antara lain :

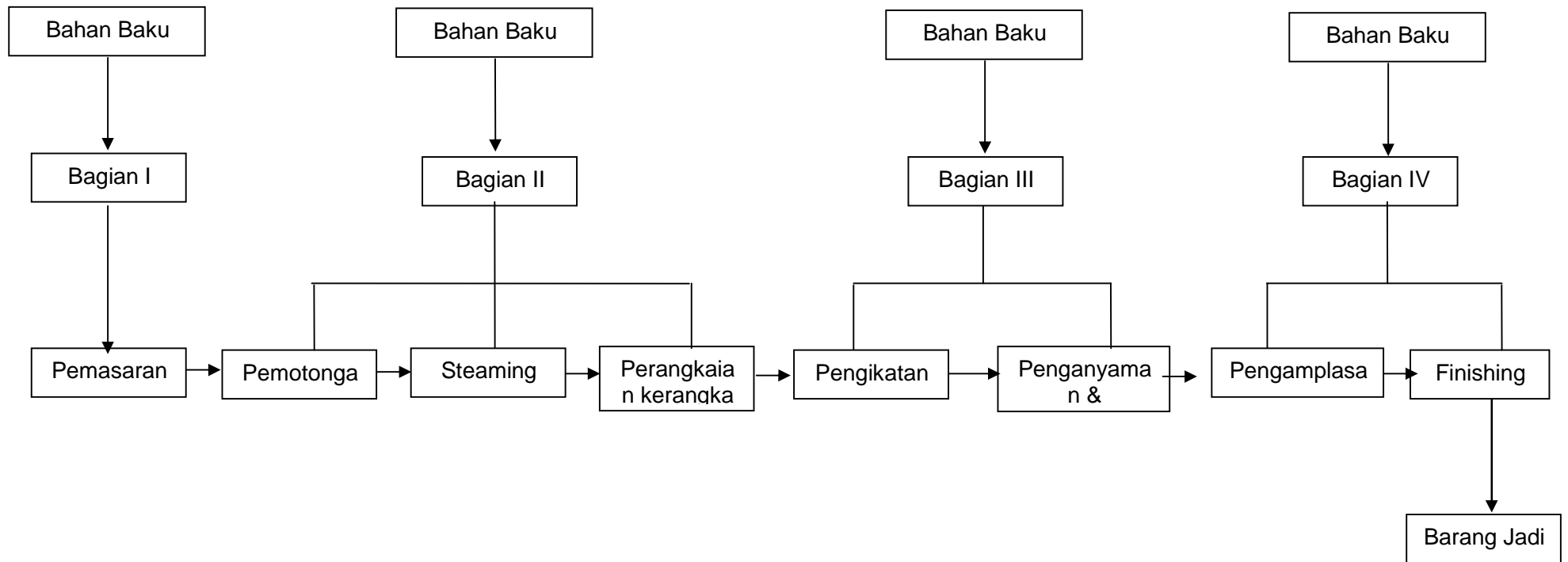
- 1) Pengikatan : Proses penambahan kekuatan dan keindahan bentuk barang pada persambungan-persambungan rakitan.
- 2) Penganyaman : Proses penyelesaian produk menjadi produk jadi sesuai rencana yang bernilai artistik.
- 3) Pengeboran : Proses pembuatan lubang yang digunakan untuk memasang paku atau penguat lainnya.

d. Bagian Keempat

Bagian terakhir proses produksi, yang terdiri dari :

- 1) Pengamplasan : Proses menghaluskan produk rotan sebelum dilakukan *finishing*.
- 2) *Finishing* : Proses akhir dari proses produksi dengan melakukan pewarnaan produk (cat warna atau plitur) baik dengan cara pemakaian kuas ataupun sistem semprot.





Gambar III.2  
Bagan Proses Produksi PT. Kharisma Rotan Mandiri

## **B. Laporan Magang**

### **1. Pengertian Magang Kerja**

Magang kerja merupakan kegiatan penunjang perkuliahan yang dilaksanakan oleh Mahasiswa dalam rangka penyelesaian studi di program Diploma III. Hal tersebut dilakukan dengan menerjunkan Mahasiswa secara langsung ke dunia kerja dengan tujuan agar Mahasiswa dapat melihat secara langsung kegiatan kerja dan aplikasi dari berbagai teori yang telah dipelajari dalam perkuliahan.

Sasaran dari kegiatan magang kerja antara lain usaha kecil dan menengah, koperasi, instansi pemerintahan, atau swasta, dan sekelompok masyarakat umum.

Manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan magang kerja ini, antara lain :

- a. Memudahkan penulis dalam mengidentifikasi masalah yang dibahas dalam penulisan Tugas Akhir.
- b. Memudahkan dalam akses data pada instansi terkait untuk keperluan penulisan Tugas Akhir.
- c. Memperoleh wawasan dan pengalaman dalam dunia kerja.

### **2. Pelaksanaan Magang Kerja**

Pelaksanaan magang kerja dilakukan di PT. Kharisma Rotan Mandiri berlokasi di Gesingan Rt.02 Rw.09, Luwang, Gatak, Sukoharjo yang merupakan kawasan sentra industri. Pelaksanaan magang kerja di mulai

dari tanggal 16 Februari sampai 16 Maret 2009. Sedangkan untuk jam pelaksanaan kerja dimulai dari pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 15.00 WIB.

Ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi selama mengikuti magang kerja dari perusahaan, yaitu sebagai berikut :

- Datang tepat waktunya
- Berpakaian rapi dan sopan

### **3. Kegiatan Magang Kerja**

Kegiatan yang dilakukan pada saat magang adalah sebagai berikut :

- Hari Pertama

Hari pertama masuk magang peneliti menghadap Manajer Pemasaran untuk perkenalan dan meminta izin untuk melakukan penelitian didevise marketing.

- Hari kedua dan berikutnya

Membuat surat penawaran produk dengan konsumen luar negeri melalui email, penjelasan-penjelasan tentang dokumen yang digunakan untuk pemasaran ekspor, dan mengikuti kegiatan lainnya di perusahaan selama magang kerja.

- Hari terakhir

Pamitan kepada pihak pemasaran dan pemilik dari PT. Kharisma Rotan Mandiri bahwa magang kerja dari mahasiswa sudah selesai.

### **C. PEMBAHASAN**

Kegiatan perusahaan PT. Kharisma Rotan Mandiri yang merupakan perusahaan penghasil mebel rotan yang berkualitas ekspor melakukan penjualan yaitu menggunakan saluran distribusi langsung. Data yang akan di analisis dalam perusahaan ini adalah untuk mengetahui bagaimana perusahaan menggunakan saluran distribusi dalam menyalurkan produknya (furniture) produksinya. Serta untuk menganalisis saluran distribusi yang lebih efektif dan efisien untuk menunjang keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan, seperti tingkat penjualan yang tinggi.

#### **1. Distribusi**

Dalam kegiatan distribusinya PT. Kharisma Rotan Mandiri hanya menggunakan saluran distribusi langsung. Merupakan suatu hal keuntungan sendiri bagi perusahaan dalam proses pendistribusian atau pemasaran produknya. Setiap perusahaan yang menghasilkan produk pasti akan mendistribusikan hasil produksinya kepada konsumen karena pada umumnya suatu perusahaan menginginkan keuntungan dari apa yang diproduksi dan di pasarkan oleh perusahaan, mempertahankan keuntungan yang telah dicapai, dan berusaha meningkatkan keuntungan tersebut agar lebih besar lagi. Untuk mencapai keuntungan maksimal yang di inginkan perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mendukung tercapainya keuntungan perusahaan tersebut adalah dengan penerapan saluran distribusi yang tepat, sehingga apa yang diinginkan perusahaan dapat tercapai.

Dengan memilih saluran distribusi yang baik, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang maksimal di samping berusaha memenuhi keinginan konsumen tentang apa yang mereka harapkan seperti distribusi yang tepat guna. Setelah perusahaan berhasil membuat suatu produk yang diproduksinya tersebut harus segera dipasarkan. Dalam memasarkan suatu produk saluran distribusi menentukan cepat tidaknya penyeberan barang ke tangan konsumen. Berikut ini proses saluran distribusi langsung yang terjadi di PT. Karisma Rotan Mandiri adalah sebagai berikut :

**Produsen —————> Konsumen**

Keterangan :

Terjadinya proses distribusi langsung bias diawali oleh perusahaan yang menawarkan produknya kepada konsumen luar negeri melalui website atau konsumen datang langsung ke perusahaan kemudian memesan produk dari PT. Kharisma Rotan Mandiri. Dalam distribusi ini tidak terdapat perantara yang menyalurkan produnya. Setelah terjadi kesepakatan antara perusahaan dengan konsumen dan proses pembayaran yang disetujui dua belah pihak, baik secara tunai atau kredit. Baru kemudian barang didistribusikan sampai tempat konsumen yang mememesannya.

Untuk melakukan distribusi langsung ini perusahaan menyediakan truk pengangkut barang, container yang selanjutnya dikirim melalui jalur laut dengan menggunakan kapal untuk menjangkau konsumen yang berada di luar negeri dan biasanya perusahaan mempercayakan pada jasa EMLK (*Forwarding*).

Dalam mendistribusikan produk secara langsung sering terjadi kendala yang disebabkan karena faktor ketersediaan alat transportasi, dan persediaan bahan baku terkadang terdapat waktu penjadwalan kapal yang tidak sesuai yang di inginkan perusahaan untuk mengirimkan pesanan konsumen di luar negeri.

Dari permasalahan yang dihadapi perusahaan tersebut, maka langkah yang dapat ditempuh oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri adalah menyesuaikan penjadwalan kapal sebelum menentukan penjadwalan pengiriman. Penjadwalan waktu pengiriman dapat dibantu dengan kesepakatan waktu pengiriman antara perusahaan dengan konsumen.

## 2. Volume Penjualan

PT. Kharisma Rotan Mandiri harus mengetahui permintaan pasar dan daerah pemasaran, sehingga perusahaan dapat mengetahui saluran distribusi yang lebih efisien.

Berikut ini adalah hasil penjualan furniture. Data yang diambil dari tahun 2005 sampai 2008 penjualan secara langsung.

Tabel III.3  
Volume Penjualan  
PT. Kharisma Rotan Mandiri

Tahun 2005-2008

Tahun	Volume Penjualan(Rp)
2005	5.202.896.900
2006	7.553.735.790
2007	5.024.874.094
2008	5.038.932.347
Total	22.820.439.131

Sumber data dari PT. Kharisma Rotan Mandiri.

3. Biaya Distribusi

Biaya distribusi adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menunjang pelaksanaan pendistribusian barang/jasa untuk sampai ke tangan konsumen. Data table biaya distribusi bias disampaikan sebagai berikut:

Tabel III.4  
Biaya Distribusi  
PT. Kharisma Rotan Mandiri  
Tahun 2005-2008

Tahun	Biaya Distribusi(Rp)
2005	646.678.881
2006	933.261.026
2007	670.741.922
2008	525.419.492
Total	2.776.101.321

Sumber data dari PT. Kharisma Rotan Mandiri.

Analisis Data

Dari data-data yang telah diperoleh penulis akan mencoba menganalisis saluran distribusi yang lebih efisien dilihat dari tahun ke tahun.

#### Analisis Efisiensi Biaya Distribusi

Dengan analisis efisiensi dapat diketahui lebih jelas mana dari tahun 2005 sampai 2008 yang lebih efisien, dengan cara membandingkan biaya distribusi dengan volume penjualan.

Efisiensi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$Efisiensi = \frac{BiayaDistribusi}{VolumePenjualan} \times 100\%$$

$$Tahun_{05} = \frac{646.678.881}{5.202.896.900} \times 100\% = 12,4\%$$

$$Tahun_{06} = \frac{933.261.026}{7.553.735.790} \times 100\% = 12,3\%$$

$$Tahun_{07} = \frac{670.741.922}{5.024.874.094} \times 100\% = 13,3\%$$

$$Tahun_{08} = \frac{525.419.492}{5.038.932.347} \times 100\% = 10,4\%$$

Dari penghitungan di atas dapat diketahui tingkat efisiensi dari tahun 2005-2008 PT. Kharisma Rotan Mandiri sebagai berikut :

- Tahun 2005 biaya distribusi yang dikeluarkan sebesar 12,4% dari volume penjualan.
- Tahun 2006 biaya distribusi yang dikeluarkan sebesar 12,3% dari volume penjualan.



- Tahun 2007 biaya distribusi yang dikeluarkan sebesar 13,3% dari volume penjualan.
- Tahun 2008 biaya distribusi yang dikeluarkan sebesar 10,4% dari volume penjualan.

Maka bila disajikan dalam tabel akan tampak perbandingan sebagai berikut :

Tabel III.5  
Perbandingan biaya Distribusi dengan volume penjualan  
PT. Kharisma Rotan Mandiri  
Tahun 2005-2008

Tahun	Biaya Distribusi (Rp)	Volume Penjualan (Rp)	Persentase
2005	646.678.881	5.202.896.900	12,4%
2006	933.261.026	7.553.735.790	12,3%
2007	670.741.922	5.024.874.094	13,3%
2008	525.419.492	5.038.932.347	10,4%

Sumber data diolah.

Maka dapat diketahui efisiensi biaya distribusi pada PT. Kharisma Rotan Mandiri:

Tabel III.6  
Efisiensi Biaya Distribusi  
Tahun 2005-2008

Tahun	Tingkat Efisiensi Distribusi Langsung
2005	12,4%
2006	12,3%
2007	13,3%
2008	10,4%

Sumber data diolah

Keterangan :

Setelah dilakukan pengolahan data, perbandingan biaya distribusi dengan volume penjualan, tingkat persentase setiap tahun berbeda-beda. Hal ini disebabkan karena biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan saluran distribusi juga berbeda, sehingga akan mempengaruhi volume penjualan yang diperoleh perusahaan.

PT. Kharisma Rotan Mandiri dapat dikatakan efisien. Sebaliknya jika perbandingan biaya distribusi dengan volume penjualan mengalami peningkatan dari periode satu ke periode berikutnya, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan distribusi yang diterapkan tidak efisien.

Saluran distribusi yang paling efisien mulai tahun 2005-2008 dalam memasarkan produknya adalah tahun 2008 sebesar 10,4% sedangkan tingkat efisiensi biaya distribusi yang kurang efisien tahun 2007 sebesar 13,3%.

Untuk mengetahui biaya distribusi yang efisien, maka dapat mentaksirkan fluktuasi (naik turun) yang dihitung dengan ketentuan bahwa jumlah deviasi kuadrat antara tiap nilai deret waktu dengan nilai trend adalah minimum. Pada umumnya pengaruh perubahan yang terjadi dalam data statistik dalam sederetan waktu tertentu.

Untuk dapat mentaksirkan ini, digunakan persamaan garis lurus yang dinyatakan dengan :

$$Y = a + bX$$

Di mana:

X = periode tertentu.

Y = nilai distribusi yang berfluktuasi selama selama beberapa waktu.

a = nilai Y apabila X = 0

b = besarnya perubahan variable Y pada setiap perubahan satu unit variable  
X

Untuk mendapatkan nilai a dan b adalah:

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

Tabel III.7  
Menghitung Trend  
PT. Kharisma Rotan Mandiri  
Tahun 2005-2008

Tahun	Nilai Distribusi(Y)	X	XY	X <sup>2</sup>	Trend
2005	646.678.881	-2	-1.293.357.762	4	759.031.906,7
2006	933.261.026	-1	-933.261.026	1	744.528.618,5
2007	670.741.922	+1	670.746.922	1	643.522.042,1
2008	525.419.492	+2	1.050.838.984	4	593.081.753,9
	2.776.101.321	0	-505.032.882	10	2.776.101.321

Sumber data diolah

$$Y = a + bX$$

$$a = \frac{\sum Y}{n}$$

$$= \frac{2.776.101.321}{4}$$

$$= 694.025.330,3$$

$$b = \frac{\sum XY}{\sum X^2}$$

$$= \frac{-505.032.882}{10}$$

$$= -50.503.288,2$$

$$Y = a + bX$$

$$Y = 694.025.330,3 - 50.503.288,2X$$

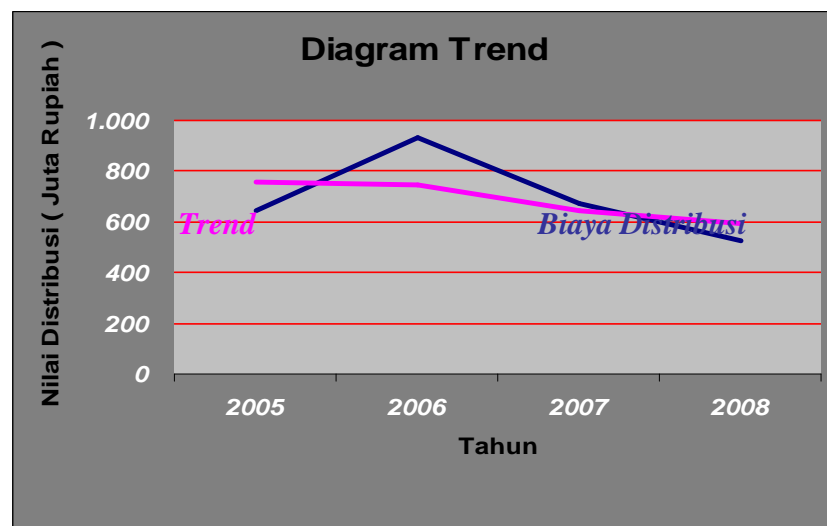
$$\text{Trend 2005} = 694.025.330,3 - 50.503.288,2(-2) = 795.031.906,7$$

$$2006 = 694.025.330,3 - 50.503.288,2(-1) = 744.528.618,5$$

$$2007 = 694.025.330,3 - 50.503.288,2(+1) = 643.522.042,1$$

$$2008 = 694.025.330,3 - 50.503.288,2(+2) = 593.081.753,9$$

Gambar III.3  
Garis Trend dengan metode Kudrat Terkecil



Berdasarkan analisa data diatas dapat menjelaskan bahwa kegiatan distribusi yang dilakukan oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri relatif efisien, karena dari tahun 2005-2008 persentase efisiensi biaya distribusi memiliki kecenderungan semakin menurun.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

Dalam bab ini penulis ingin memberikan kesimpulan atas data yang telah diperoleh selama kegiatan magang di PT. Kharisma Rotan Mandiri. Dalam kesimpulan ini akan disampaikan saran – saran yang diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi kemajuan perusahaan.

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan pembahasan mengenai saluran distribusi pada PT. Kharisma Rotan Mandiri, maka dapat memberi kesimpulan sebagai berikut :

1. PT. Kharisma Rotan Mandiri menggunakan saluran distribusi langsung yaitu kegiatan distribusi dilakukan oleh perusahaan sendiri untuk mengirimkan langsung kepada konsumen dengan menggunakan jasa transportasi (container) dan kapal dengan system EMKL (*Forwarding*).
2. Kegiatan distribusi yang dilakukan oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri relatif efisien, karena memiliki kecenderungan semakin menurun dilihat dari persamaan trend  $Y = 694.025.330,3 - 50.503.288,2X$  yang menunjukkan nilai b (perubahan variable Y pada setiap perubahan satu unit variable X) yang negatif.

#### **B. Saran**

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada BAB III, maka penulis akan menyampaikan saran mengenai kegiatan distribusi yang telah dilakukan perusahaan dan mengenai volume penjualan yang diperoleh oleh PT. Kharisma Rotan Mandiri.

Adapun saran yang dapat disampaikan oleh penulis yaitu

1. perusahaan menjalin kerjasama dengan lembaga-lembaga yang berhubungan dengan saluran distribusi, seperti: jasa transportasi yang menggunakan system EMKL (*Forwarding*).
2. Perusahaan lebih selektif lagi dalam memilih dan menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto. 1993. *Statistik Sosial Ekonomi*. Yogyakarta : BPFE.
- D. W. Foster. 1977. *Dasar-Dasar Marketing*. Jakarta : Erlangga
- Kotler. Philip. 1994. *Marketing*. Jakarta : Erlangga.
- Lamb. Hair. McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mahmudi. 2005. *Manajemen Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta : AMP YKPN.
- S. Nitisemito Alex. 1984. *Marketing*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Swasta, Basu dan Irawan.1990. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty



# LAMPIRAN

## **SURAT PERNYATAAN**

**Yang bertanda tangan di bawah ini**

**Nama Mahasiswa : ENDAH DWI FEBRIYANTI**  
**Nomor Induk Mahasiswa : F 3206042**  
**Fakultas : Ekonomi Universitas Sebelas Maret**  
**Jurusan/ Program Studi : MANAJEMEN PEMASARAN/ DIPLOMA III**  
**Tempat/ Tanggal Lahir : RIAU, 17 FEBRUARI 1988**  
**Alamat Rumah : Kademangan RT 13 RW 06 Sidowayah,  
Polanharjo, Klaten Jawa Tengah**  
**Judul Tugas Akhir : ANALISIS KEBIJAKAN SALURAN  
DISTRIBUSI PADA PT. KHARISMA ROTAN  
MANDIRI**

**Pembimbing Tugas Akhir : Drs. SUSANTO TIRTOPROJO**

**Dengan ini menyatakan bahwa :**

1. Tugas Akhir yang saya sendiri
2. Apabila ternyata dikemudian hari diketahui bahwa Tugas Akhir yang saya susun tersebut terbukti merupakan hasil juplakan/ salinan/ saduran karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berupa:
  - a. Sebelum dinyatakan LULUS
    - \* Menyusun ulang Tugas Akhir dan diuji kembali
  - b. Setelah dinyatakan LULUS
    - \* Pencabutan gelar dan penarikan Ijasah kesarjanaan yang telah diperoleh

**Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.**

**Surakarta, 6 Juli 2009**

**Yang Menyatakan**



**Endah Dwi Febriyanti**

**SURAT KETERANGAN**

**No. 002/Adm2/KRM/VI/2009**

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan bahwa :

- **NAMA** : **ENDAH DWI FEBRIYANTI**
  - **NIM** : **F.3206042**
  - **JURUSAN** : **DIIRI MANAJEMEN PEMASARAN**
  - **FAKULTAS** : **EKONOMI**
- UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

Telah melaksanakan Kerja Praktek di PT. KHARISMA ROTAN MANDIRI Sukoharjo  
terhitung mulai tanggal 16 Februari – 16 Maret 2009.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana  
mestinya.

Sukoharjo, 15 April 2009

PT. KHARISMA ROTAN MANDIRI

**SUPRIYADI**

Pimpinan